



## 박정희 정권 시기 신문배달원 신화 창출의 사회적 맥락

A Study on Social Context of Paperboy Mythopoeia in the Park Chung-Hee Regime

---

저자  
(Authors) 윤상길  
Sangkil YOON

출처  
(Source) [언론정보연구 51\(2\)](#), 2014.8, 77-108 (33 pages)  
[Journal of communication research 51\(2\)](#), 2014.8, 77-108 (33 pages)

발행처  
(Publisher) [서울대학교 언론정보연구소](#)  
Institute of Communication Research

URL <http://www.dbpia.co.kr/Article/NODE02468126>

APA Style 윤상길 (2014). 박정희 정권 시기 신문배달원 신화 창출의 사회적 맥락. 언론정보연구, 51(2), 77-108.

이용정보  
(Accessed) 서울대학교  
147.46.182.23  
2015/12/30 15:06 (KST)

---

### 저작권 안내

DBpia에서 제공되는 모든 저작물의 저작권은 원저작자에게 있으며, 누리미디어는 각 저작물의 내용을 보증하거나 책임을 지지 않습니다.

이 자료를 원저작자와의 협의 없이 무단게재 할 경우, 저작권법 및 관련법령에 따라 민, 형사상의 책임을 질 수 있습니다.

### Copyright Information

The copyright of all works provided by DBpia belongs to the original author(s). Nurimedia is not responsible for contents of each work. Nor does it guarantee the contents.

You might take civil and criminal liabilities according to copyright and other relevant laws if you publish the contents without consultation with the original author(s).



## 박정희 정권 시기 신문배달원 신화 창출의 사회적 맥락\*

윤상길

신한대학교 언론학과 조교수 cyrus92@shinhan.ac.kr

본 연구는 1980년대 전후 한국 사회에서 대중화되었던 신문배달원 신화가 어떠한 불순한 것들을 통해 그 신성함을 획득하였던 것인가라는 의문으로부터 출발하여, 박정희 정권 시기를 중심으로 어떠한 사회적 맥락 속에서 신문배달원에 대한 사회적 인식이 변화하였고, 이러한 변화과정에 개입했던 요인이 무엇인지를 밝히는 데 그 목적이 있었다. 박정희 정권기의 신문배달원 신화는 근대 이후 한국 사회에 형성되었던 입신출세주의의 신화와 그로부터 산출되었던 '고학생' 신화를 출발점으로 하여, 광복 이후 신문배달원에 대한 사회적 인식의 변화를 원형으로 하여 주조된 산물이다. 특히 한국전쟁 직후 양산된 고아 신문배달원에 부착되었던 부랑아 이미지를 원형으로 한 1960년대 신문배달원의 신화화 과정은 산업화 단계에 접어들었던 신문업계와 박정희 정부가 공통적으로 주로 청소년으로 구성된 신문배달원에 대한 규율관리의 필요성을 느꼈던 것에서 비롯되었던 것이었다. 그러나 이 신문배달원의 성공신화는 IMF 이후 학생 신문배달원에 대한 사회적 인식변화에 따라 거의 소멸되는 단계에 이르렀다.

**KEYWORDS** 신문배달원 • 신화 • 입신출세주의 • 고학생 • 부랑아

\* 이 논문은 윤상길(2013). 우편배달에서 모바일 뉴스서비스까지: 한국 신문 유통의 사회문화사. 박용규·김영희·윤상길 외(2013). 『한국 신문의 사회문화사』. 서울: 한국언론진흥재단의 여러 부분에 흠어져 있는 신문배달원과 관련된 내용을 취합하여 수정·보완한 글이다.

“신문을 배달하는 것은 자본주의에서 젊은이를 위한 최선의 교육이다”  
(Freitag, 1987)

## 1. 서론

20세기 후반기 한국 사회에서 청소년들이 이른 새벽아침부터 열심히 신문배달을 하는 것은 일반인들에게 매우 낯익은 풍경이었다. 1980년대 초 모 재벌총수가 방송에 나와 자신의 성공비결이 어린 시절 신문을 배달했던 경험이 있음을 떳떳하게 밝힐 정도로, 동네 골목골목을 누비며 가정집의 새벽을 깨웠던 신문배달 소년에 대한 이미지는 요즘말로 소위 ‘아침형 인간’을 대변하였을 만큼 매우 긍정적이었다. 이렇게 1980년대 전후 한국 사회에서 신문배달 소년의 성공스토리가 사회적으로 유포되기 시작하면서 신문배달 소년은 ‘최선을 다해 노력을 한다면 누구에게나 입신출세의 길이 열려있다’는 근대 자본주의 사회의 입신출세주의<sup>1</sup>를 상징하는 인물이 되었다. 이러한 측면에서 신문배달원<sup>2</sup>의 성공스토리는 어려운 환경 속에서도 열심히 공부하는 것만이 자본주의 사회에서 성공

---

1 입신출세주의(the cult of success)는 말 그대로 성공에 대한 숭배를 의미하는 용어로서, 이는 봉건제적 신분제에서 탈피하여 개인의 능력에 따라 사회의 상층에 도달할 수 있는 근대사회로 편입되는 과정에서 나타난 근대적 주체형성의 핵심 메커니즘의 하나로서 받아들여지고 있다. 따라서 입신출세주의는 교육과 밀접한 연관성을 가지면서 학력의 획득을 통해 출세하려는 욕망으로도 읽히는 경향성이 있다. 뿐만 아니라 이러한 입신출세주의는 근대 문학의 기원과 큰 연관성을 가지는 것으로, 즉 근대 문학이라는 것이 “입신출세가 잘되지 않을 때, 헛되다고 여겨질 때” 등장하는 것으로 이해되고 있기도 하다. 입신출세주의와 한국 문학과 청년계층과의 관계에 대해서는 소영현의 두 연구(2008a; 2008b)를, 그리고 입신출세주의와 일본문학의 기원과 관련해서는 가라타니 고진(柄谷行人)의 연구(1997)를 참고하기 바람.

2 일반적으로 신문의 배포 경로는 크게 가정배달(정기구독, subscription)과 가두판매(가판, single copy sales)로 나뉘는데(임영호, 2000, 309쪽), 흔히 가정배달에 종사하는 사람들을 ‘신문배달원’으로, 그리고 가두판매에 종사하는 사람들을 ‘가두판매원’ 혹은 ‘신문팔이’로 통칭하는 경우가 많다. 그러나 본고는 두 가지 경로의 신문보급을 담당하는 인력을 통칭하는 용어로 ‘신문배달원’이라는 용어를 사용하고자 한다.

할 수 있는 길이라는 자본주의의 교의를 설파하는 하나의 매체로 기능하고 있었다는 점에서 현대의 신화이자 근대 자본주의의 이데올로기였다고 할 수 있다.

‘신화’라 할 때 우리는 신(神)과 관련된 어떤 이야기를 떠올리게 된다. 인간의 일상사와는 다른 영역의 무언가를 생각하게 되는 것이다. 그런데 바로 이 때문에 신화의 개념은 서로 다른 두 방향으로 내뻗는다. 그 하나는 불완전한 인간의 이야기가 아닌 완전한 신의 이야기라는 점에서 참된 이야기로 인식하는 것이고, 또 하나는 어차피 인간세상에서 있기 어려운 비현실적인 이야기라는 점에서 꾸며진 이야기로 인식하는 것이다. 일견 모순으로 여겨지겠지만 신화는 ‘참된 이야기’이면서 또 ‘허황된 이야기’이기도 하다. 이렇듯 현대에 들어서 신화는 확실히 ‘믿어지지 않을 법한 이야기’를 지칭하는 경향이 농후해, 대개 ‘신화라는 꼬리표를 달고 나오는 행적들을 좇아보면 도저히 일어날 것 같지 않은 일들이 태반이다. 맨 손으로 일어서서 재벌이 된 경우이거나 빈민가에서 자라난 벼락스타 등에 신화의 딱지를 달아줌으로써 때로는 훈장처럼 경의를 표하고 또 때로는 질투 어린 빈정댐을 표출하기도 한다(이강엽, 2004, 7쪽, 161쪽).

이런 종류의 성공신화들이 큰 효과를 가질 수 있는 이유는 그 이야기에 진실성에 외경성 내지 신성성이 덧붙여지기 때문이다. 영국의 사회인류학자인 말리노프스키(Malinowski)는 뉴기니아 제도의 원주민들의 신화를 연구한 결과, 원주민의 구분법에 의해 민담과 전설, 신화의 차이를 다음과 같이 명징하게 정리한 바 있다. “첫 번째 종류는 오락을 위해 이야기되어 지는 것이며, 두 번째 종류인 진실한 서술을 하면서 사회적 공명심을 충족시키기 위하여 이야기되는 것과 달리, 세 번째 종류는 진실된 것으로 여겨질 뿐만 아니라 외경해야 하는 것이자 신성한 것으로 간주되어지는 것이다”(Malinowski, 1926). 말리노프스키의 지적에 의한다면, 신화가 민담이나 전설과 다른 점은 신화에는 외경성이나 신성성이 담겨져 있다는 점에 있다. 이러한 관점에서 보자면, 신문배달원의 성공스토리가 현대의 신화이자 자본주의의 이데올로기로서 기능할 수

있었던 것에는 거기에 일종의 ‘종교적 힘들’이 작용하고 있기 때문이다.

여기서 주목할 점은 현대에 들어 인위적으로 만들어진 신문배달원의 성공신화가 근거하고 있는 그 신성성이 가진 양가적 성격이다. ‘종교적 힘들’을 길한 것들과 불길한 것들이라는 두 가지 대립적 범주로 분류하였던 뒤르켐(Durkheim)에 의하면, 종교적 경외심에 어떤 공포가 존재하거나 악마적인 힘들들이 불러일으키는 공포 역시 일반적으로 경외심과 같은 속성을 갖고 있는 것이 사실이기 때문에, 길한 것들과 불길한 것들이 불러일으키는 감정은 한쪽이 경외심, 다른 한쪽이 혐오와 공포로서 동일하지 않지만, 그럼에도 불구하고 양자는 동일한 행위다. 따라서 순수한 것과 불순한 것은 별개의 두 종이 아니라 모든 신성한 것들을 포함하는 동종의 두 변이인 것이다. 두 가지 종류의 신성함이 있는데, 하나는 길한 것이고 다른 하나는 불길한 것이다. 이처럼 대립적인 두 종류 사이에는 명백한 경계도 없을 뿐만 아니라, 동일한 대상이 본성을 바꾸지 않고서는 하나에서 다른 하나로 옮겨 갈 수 있다. 불순한 것을 통해 순수한 것을 만들 수 있으며, 그 역도 성립한다. 바로 이러한 전환의 가능성에 신성함의 양가성이 존재한다(Durkheim, 1912). 그렇다면 1980년대 전후 한국 사회에서 본격적으로 유포되기 시작했던 신문배달원의 성공신화는 어떠한 불순한 것들을 통해 그 신성함을 획득하였던 것인가? 이 글은 이러한 의문으로부터 출발한다.

지금까지 한국에서 수행되었던 신문배달원에 대한 연구는 생각 외로 그다지 많지 않고 대부분의 연구들이 신문공동배달에 초점을 두고 있다(김영옥, 2004; 이은주, 2007; 장영수, 1988; 장종원, 2006; 정연구·문철수·송윤숙, 1996; 정영환·이문희·이경민, 2005 등). 또한 그 밖에 경영구조개선의 일환으로 신문배달원의 노동조건과 급여수준, 개별신문사의 신문배달원에 대한 지원 사례를 검토한 연구(김용옥, 1996; 이성근, 1989)와 신문배달원이 노동법에서 보장한 사회보장제도에 편입되어 있지 않은 매우 열악한 노동조건 속에 놓여 있음을 밝힌 연구(심영섭, 2010)가 있을 뿐이어서, 한국 사회에서의 신문배달원 신화가 어떠한 사회적 맥락에서 만들어졌는지에 대한 궁금증을 해소하기에는 충분하

지 않다. 비록 한국 신문유통의 역사적 변화과정을 살폈던 최근의 연구(윤상길, 2013)를 통해, 신문배달 소년에 대한 사회적 인식이 어떠한 방향으로 변화해 왔고 보다 구체적으로 신문배달 소년에 긍정적 이미지가 부차된 것이 대체로 산업화 시기 이후부터라는 점이 밝혀졌지만, 너무 산발적으로 다루졌다는 한계점을 가진다.

반면 몇몇 연구에 불과하지만, 신문배달원에 대한 현재의 이미지가 만들어지는 데 어떠한 요인들이 작용했는지를 밝히고 있는 미국 연구자의 연구는 본 연구에 많은 시사점을 제공해 주고 있다. 우선 포스트(Postol)의 두 연구(Postol, 1995; Postol, 1997)는 미국인들이 익숙해져 있는 ‘거리의 중산층 배달소년’이라는 이미지가 대공황시기를 거치면서 만들어진 역사적 결과물임을 밝히고 있다. 그에 의하면, ‘거리의 중산층 배달 소년’이라는 이미지는 대공황시기, 좀 더 구체적으로는 1920년대 등장한 라디오로 인해 조성된 매체 간 경쟁이라는 시대적 맥락 속에서, 신문 산업의 경영자들이 당시 등장하고 있던 라디오 방송과 경쟁하기 위한 전략차원에서 가정신문구독을 부흥시키기 위해 배달구독 마케팅 원리에 입각하여 평범한 학교청소년을 가르치는 프로그램의 결과라고 주장하였다. 한편, 린다의 연구(Linda, 1990)는 ‘거리의 중산층 배달소년’의 이미지가 신문배달 소년에 대한 어떠한 사회적 인식틀로부터 비롯되었는지, 또 그러한 인식틀이 어떠한 과정을 통해 사회적으로 받아들였는지를 검토하였다. 그에 의하면, 노동법에 의해 보호받지 못하는 열악한 소년배달원의 지위는 소년배달이 기업가적 자립을 위한 가치 있는 경험을 제공해 준다는 근거에 기반하여 방어되어 왔다. 즉, 소년배달이 기업가적 자립을 위한 가치 있는 경험을 제공해 준다는 근거는 1930년대 이후 신문 발행인들이 오랜 기간 동안 견지해 왔던 입장, 즉 어린이 신문배급업자는 그들이 고용한 피고용인이 아니라 그들과 독립계약을 맺은 소상인이라는 입장의 명시적 표명에 다름 아니었다는 것이다. 사실 1900년대 초 정부당국은 도시 거리에서 신문을 행상으로 파는 ‘뉴스보이(newsboy)’와 구독자에게 신문을 배달하는 신문운송업자를 엄격히 구분하고 있었다. 그리고 아동노동이 가진 비도덕적 결과에 대한 우려로부터 많은 주들은

소위 ‘거리소매업법(street trade statute)’을 통해 신문유통과 신문판매에 있어서의 어린이 고용을 규제하였다. 하지만 1930년대 이후 발행인과 성인피고용인을 대표하는 노동조합 간의 오랜 논쟁은 이러한 구분선을 모호하게 만들었고, 소란한 틈을 타 신문발행인들은 “어린이 신문배급업자는 그들이 고용한 피고용인이 아니다”는 입장을 슬며시 관련 법안을 끼워 넣었다는 것이다. 이와 같은 대략의 경위를 통해 1960,70년대를 지나면서 소년배달이 기업가적 자립을 위한 가치 있는 경험을 제공해준다는 근거는 정부 입법자와 법원, 노동조합에 의해 널리 수용되었다.

지금까지 살펴본 미국의 사례는 신문배달원 신화 혹은 신문배달원에 부착된 긍정적 이미지들이 신문독자들과 신문배달원 간의 상호작용에 의해 자연스럽게 만들어진 것이 아니라 신문경영인의 이해관계가 전 사회적으로 관철된 결과라는 점을 보여주고 있다고 할 수 있다. 이런 사례에 기대어 보면, 한국 사회에서 만들어진 신문배달원 신화 또한 신문경영인의 이해관계와 무관치 않을 가능성이 크다.

본 연구는 박정희 정권 시기를 중심으로 어떠한 사회적 맥락 속에서 신문배달원에 대한 사회적 인식이 변화하였고, 이러한 변화과정에 개입했던 요인이 무엇인지를 밝히고자 한다. 보다 구체적으로는 정치권력의 이해관계와 신문경영인의 이해관계가 어떤 식으로 상호교차하고 있는지를 중점적으로 검토하였다. 뿐만 아니라, 박정희 정권기 신문배달원 신화 창출이 이전 시기의 신문배달원에 대한 이미지와 무관치 않으며 더 나아가 일제강점기 한국 사회에 형성되었던 입신출세주의의 내러티브와도 밀접한 관련성을 가지고 있다는 인식으로부터, 본 연구는 이전 시기와의 연관성에 주목하고자 하였다. 이를 위해 본 연구는 신문배달원의 사회적 실천을 보여주는 일화들을 당대의 신문이나 잡지에서 수집하여 분석하였고, 신문배달원에 대한 사회적 인식을 살펴보기 위해서는 주로 특정 시기의 신문배달원을 소재로 한 소설들을 수집하여 분석하였다. 그 밖에도 여러 신문지상에 소개되어 있는 신문배달원 출신 인물들의 회고록도 참고하였다.

## 2. 신문배달원 신화의 원형으로서의 ‘고학생’ 신화와 부랑자 이미지

박정희 정권기의 신문배달원 신화는 근대 이후 한국 사회에 형성되었던 ‘최선을 다해 노력을 한다면 누구에게나 입신출세의 길이 열려 있다’는 입신출세주의의 신화와 그로부터 산출되었던 ‘고학생’ 신화를 출발점으로 하여, 광복 이후 신문배달원에 대한 사회적 인식의 변화를 원형으로 하여 주조된 산물이다. 여기서는 박정희 정권기 창출된 신문배달원 신화가 일제강점기의 고학생 신화와 어떠한 상관관계를 가지고 있었으며, 또 광복 이후 신문배달원에 대한 사회적 인식이 어떠한 식으로 변화해왔는가를 살펴보고자 한다.

### 1) 일제강점기 ‘고학생 신화’와 신문배달원

일제강점기 어려움을 딛고 성공한 신문배달원의 이야기는 그다지 낯선 것이 아니었다. 학비를 벌기 위해 낮에 일하고 밤에 공부해야 하는 주경야독의 고학생 신화를 구성하는 여러 이야기 속에서 빈번히 등장했기 때문이다.

주목할 점은 일제강점기 고학생 신화가 당대 신문과 잡지를 통해 만들어졌다고 해도 과언이 아니라는 점이다. 일제강점기 신문과 잡지들이 고학생에 대한 관심을 표명했던 것은 신문과 잡지의 기자와 투고자들이 대개 지식인 청년들이었기 때문이기도 하였다. 그래서 1910년대 발행되었던 청년을 위한 종합잡지 『소년』, 『청춘』, 『신문계』 등에 투고된 다수의 소설이 청년과 학생 특히 고학생을 다룬 것도 이 때문이었다. 이런 측면에서 볼 때, 근대 초기의 고학생을 둘러싼 이야기는 가난한 특정 학생에 관한 것이 아니라 청년 일반, 그들 자신과 동료들의 이야기였던 것이다(소영현, 2008a, 76~77쪽).

1920년대에 접어들면서 사회주의 사상의 도입과 함께 청년지식인들의 고학생에 대한 관심은 동정, 자선, 상호부조 담론 위에서 빈민에 대한 관심과 겹쳐지게 되었다. 그리하여 “고학생은 사회의 일원이 되기 위



하여 혹은 사람다운 직무를 다하기 위하여 학문을 하고자 하나 학비가 없고 도와주는 이가 없어 직접 학비를 벌기 위해 거리로 나선 이들”로 규정되기에 이르렀다. 고학생은 이 사회의 주동세력인 학생 청년들이면서 속물적이고 타락한 부르주아와 대립하는 빈민의 위치에 놓인 존재로 명명되었던 것이다. 『동아일보』와 같은 신문에서 ‘고학생’ 문제에 많은 관심을 표명한 것은 이러한 이유에서였다(소영현, 2008a, 86쪽).

그러나 청년지식인들의 고학생 문제에 대한 많은 관심이 비교적 긍정적인 방향으로 기울여졌던데 반해, 이들의 신문배달원 직업에 대한 인식은 상당히 부정적인 방향에 놓여져 있었다. 일본 유학 경험이 있는 식민지 지식인 박태원이 그의 단편소설 『딱한 사람들』에서 밝히고 있는 것처럼, 상당수의 청년지식인들은 신문배달원 직업 자체를 ‘무엇보다도 우울한 직업’이라고 인식하고 있었다. 이렇게 청년지식인의 인식이 부정적이었던 주요한 이유는 당대 일본과 조선에서의 신문배달원의 노동조건이 매우 열악했기 때문이었다.

오늘날의 신문배달원의 모습과 비교할 때, 일제강점기 신문배달원의 모습에서 가장 특징적인 것은 허리에 방울을 차고 있다는 점이었다. 일본에서는 호의를 돌릴 때만 요란스럽게 방울을 울렸지만, 식민지 조선의 경우에 있어서는 일반 신문배달원까지 허리에 방울을 달았다. 그렇다고 모든 신문배달원이 허리에 방울을 찰 수 있는 것은 아니었다. 왜냐하면 신문사 직영 판매소나 지국에 소속된 소위 ‘원(元)배달’만이 찰 수 있었기 때문이었다. 광복 이후 가판 신문팔이들이 3~4명의 보조를 고용했던 것과 비슷하게, ‘원배달’은 한두 명의 보조를 고용하여 할당된 구역의 배달에 도움을 받았다. 이 배달보조원은 이에 대한 대가로서 원배달로부터 원배달 월급의 대략 10~15%에 해당하는 월급을 받았다. 신문사에 고용된 신문배달원의 월급은 시기에 따라 다소 달랐던 것으로 보이지만, 대략 30원 전후였던 것으로 보인다. 1920년대 말 50인 이상의 종업원을 두고 있는 공장의 노동자가 하루 평균 약 1원 정도의 임금을 받았다는 점, 그리고 1920년대 말 노동 강도가 강했던 전화교환수의 월급수준이 대략 25원 정도였다는 점을 감안하더라도, 배달보조원의 월

급을 떼어주고 남은 대략 20원 정도의 월급은 매우 열악한 상황이었다(윤상길, 2013, 144~145쪽).

이렇듯 ‘신문배달원’의 열악한 노동현실은 ‘어려운 상황에서도 학업을 병행하여 사회적으로 성공했다’는 일제강점기 고학생 신화의 실제적 현실조건을 충족시켜 주고 있었지만, 세 가지 측면에서 ‘신문배달원 신화’라고 얘기하기에는 신화의 존립근거인 신성성과는 다소 거리가 멀었다고 할 수 있다. 첫째로 ‘신문배달원=고학생’이라는 등식까지는 성립하고 있지는 않았다는 점이다. 신문배달원은 고작해야 고학생이 전전하는 여러 직업(우유배달, 급사, 인력차부) 중의 하나에 불과했기 때문이다. 둘째로 신문배달원의 ‘고학생’ 이미지가 대부분 일본 유학시절에 신문배달로 학비와 생활비를 조달했던 경험이 이들 신문기사<sup>3</sup>를 통해 소개됨으로써 부분적으로 형성되었다고 할 수도 있겠지만,<sup>4</sup> 1910년대 이후 식민지 조선 청년들 사이에 입신출세주의에의 열망이 강렬했던 것에 비해 언론에 소개되는 빈도가 그리 많지 않았다는 점이다. 셋째로 앞서 살펴본 바처럼 ‘무엇보다도 우월한 직업’으로 자술할 정도로 청년지식인들이 가졌던 신문배달원 직업에 대한 부정적 인식과 대조적으로 오히려 대중들 사이에서는 식민지적 조건 속에서 신문배달원 직업이 안정적인 좋은 직업으로 인식되는 모순을 드러내고 있었다는 점이다. 실제로 안정된 직업이 많지 않았던 초라한 식민지 현실 속에서 신문사에 고용된 신문배달원에 대한 당대 대중들의 인식은 부러움 그 자체였다.<sup>5</sup>

3 대표적인 신문기사로는 다음과 같은 것들이 있다. 고학생의 納涼강연대회. 『동아일보』 1920. 7. 28.; 고학으로 성공한 이. 『동아일보』 1923. 3. 7.; 篤志소년 김봉덕. 『동아일보』 1925. 1. 23.; 螢雪榮冠 깃벙게 교문을 나서는 今春졸업생. 『동아일보』 1928. 3. 7.; 형설수설. 『동아일보』 1939. 7. 22.

4 대표적으로 1931년 10월 발명왕 에디슨이 사망했을 당시 언론들은 에디슨의 성공일화를 소개하면서 그의 신문팔이 시절의 사진을 게재할 정도였다(발명왕 에디슨翁 일화(一), 『동아일보』 1931. 10. 20.).

5 신문배달원의 경제적 지위가 상대적으로 매우 열악했음에도 불구하고, 식민지 조선의 가혹한 경제적 현실, 특히 경제 공황의 시기인 1930년대의 경제적 현실은 경제적으로 더 어려운 많

## 2) 한국 신문배달원 신화의 원형 : 부랑아 이미지

앞서 살펴본 바처럼 일제강점기를 거치면서 ‘신문을 배달하는 고학생’이라는 긍정적 인식이 만들어 지긴 했지만, ‘고학생 신화’와 신문배달원을 등치시키는 인식 상의 결합정도는 비교적 느슨한 형태였다고 할 수 있다. 광복 이후 신문배달원에 대한 인식변화에 있어서 주목해야 할 점은 이러한 ‘고학생 신화’와 신문배달원 간의 느슨한 결합관계를 비집고 ‘범죄의 온상’이라는 새로운 이미지가 섞이기 시작했다는 점이다.

한 장 십 환씩 주고 삼십십 매의 신문을 받아 한 저녁 팔면 하루 삼, 사백환의 수입은 되고 그러면 이렇저렇 학비가 된다는 **고학생**의 경우도 있으나 … 현대 이들 나이 어린 직업소년들이 사회의 험난한 타류 속에 휩쓸리자 또 무서운 악의 마수가 이들을 붙잡아 여지없이 망쳐놓고 만다. 소위 ‘깡패’, ‘건달’, 어깨, ‘암생이’ 등등 가진 못된 행위를 상습으로 하는 부랑아들의 한패가 되는 날이면 벌써 끝장을 보는 판이다 … 극소수의 **꾸뚝한 고학생이나 직업소년 외에는 사회에서 돌보지 않으면 영영 헤어지지 못할 구렁텅이에서 날로 타락하여 가고 있는 직업소년들이 너무나 많다**(해방10년의 특산물(7): 알바이트 소년. 『동아일보』, 1955. 8. 22.).

위 기사는 1955년 8월 16일부터 8월 26일까지 총 11회에 걸쳐 연

---

은 식민지 조선의 민중들로 하여금 신문사에 고용된 신문배달원을 상대적으로 안정적 생활이 가능한 직업으로 인식하게 하였다. 다음은 1933년에 발표된 이태준의 소설 『달밤』의 한 대목인데, 보조배달원 사내의 평생소원이 ‘원배달’이 되는 것이라고 밝히고 있다.

하루는 내가 “평생 소원이 무엇이냐”고 그에게 물어보았다. 그는 “그까짓 것쯤 알른 대답하기는 누워서 떡 먹기”라고 하면서 평생 소원은 자기도 원배달이 한번 되었으면 좋겠다는 것이었다.

남이 혼자 배달하기 힘들어서 한 이십 부 떼어 주는 것을 배달하고, 월급이라고 원배달에게서 한 삼 원 받는 터이라 월급을 이십여 원을 받고, 신문사 옷을 입고, 방울을 차고 다니는 원배달이 제일 부럽노라 하였다. 그리고 방울만 차면 자기도 뛰어들다니며 빨리 돌 뿐 아니라 그 은행소에 다니는 집 개도 조금도 무서울 것이 없겠노라 하였다.

재되었던 기획기사였던 ‘해방10년의 특산물’의 한 대목인데, 이 기획기사는 광복 이후 10년간의 사회상을 집중 조명하고 평가하였다는 점에서 당대 신문팔이 소년에 대한 부정적인 사회적 인식을 단적으로 보여주는 글이다. 고학생은 극소수에 불과하고 대부분 악의 구렁텅이에서 벗어나지 못하는 학생이 대부분이라는 인식인 것이다. 이렇듯, 광복 이후 1950년대까지 신문팔이 소년에 대한 사회적 인식에는 ‘고학생’이라는 긍정적인 인식과 ‘범죄의 온상’이라는 부정적 인식이 공존하고 있었지만, ‘범죄의 온상’이라는 인식이 주류를 이루고 있었다. 즉, 일제강점기의 고학생 이미지는 광복 이후 1950년대까지도 그리 크게 변화하지 않았지만, 대신 ‘범죄의 온상’이라는 부정적인 이미지가 더 강하게 덧붙여졌다. 실제로 1959년에 발행된 『현대신문전서』의 한 대목<sup>6</sup>과 몇몇 신문기사<sup>7</sup>를 제외하곤 대부분 신문팔이 소년들을 부정적으로 바라보고 있다(윤상길, 2013, 157쪽).

물론 신문팔이 소년에 대한 부정적 인식이 전적으로 부정적인 것인 것만은 아니었다. 의무교육을 받아야 하지만 (‘빈궁의 표상’으로서) ‘빈

**6** 현대 각국 사회에서 신문배달 소년을 겪은 위인들도 얼마든지 있습니다. 조간은 대개 새벽4시부터 움직입니다. 개에게도 물립니다. 부랑아에게 신문을 빼앗기기도 합니다. 안보겠다는 신문을 가져온다고 얻어맞기도 합니다. 이 불쌍한 어린이들은 대개가 공부하고 싶어서 학비가 모자라서 하는 것입니다. 이 글을 보시는 분은 신문 경영이란 어려운 설명을 다 잊어버려도 좋으니 배달소년들을 사랑해야 한다는 것만은 잊지 마십시오. ... 앞으로 우리나라에서도 일류지 이루지 할 것 없이 권유쟁탈전은 더욱더욱 치열해질 것이 예상됩니다. 우스운 이야기입니다만 신문배달 소년에서 위인이 많이 나왔다는 것은 고난에서 싸우면서 공부한다는 그 자체가 인생을 단련시켰기 때문이라고도 하겠지만 신문 권유전에 자신을 얻으면 인생의 여하한 사회경쟁에서도 자신을 가질 수 있으리 만큼 이것이 어려운 일이라고 단언하고 싶습니다(안태신·홍우백, 1959, 574~576쪽).

**7** 신문배달고 학생회결성. 『동아일보』, 1948. 7. 2.; 어느쪽이 좋을까, 고학생과 노름꾼학생. 『경향신문』, 1950. 1. 15.; 신문팔이 공부하는 윤君. 『경향신문』, 1955. 4. 15. 그 밖에 『동아일보』, 1954년 10월 17일자 4면에 실린 어느 중학생의 ‘신문배달 소년’이라는 동요는 당시 신문배달 소년에 대한 긍정적 인식의 단면을 보여준다. “신문배달하는 소년 일찍 일어나지요. 아침일찍 맑은 공기 흠뻑 마셔가면서 하나둘셋넷 땀줄을 하지요. 신문배달하는 소년 밤낮없이 건강하지요. 비가 오나 눈이 오나 감기 한번 안들고 밤낮 그 시간 신문 돌리죠. 신문배달하는 소년 공부 썩 잘하지요. 학교서나 집에서나 책을 놓지 않기에 밤낮 일등상 독차지하지요”.

궁이라는 비극' 속에 처한 신문팔이 소년의 비참한 삶에 대한 측은함과 동정심이 부정적 인식의 근저에 자리 잡고 있었기 때문이다. 또 그러한 측은함에 대한 어른들의 실천으로서 신문팔이 소년에 대해 사회적 도움의 손길이 가기도 하였다(윤상길, 2013, 158쪽). 그러나 사회주의 사상의 도입과 함께 청년지식인들의 고학생에 대한 관심이 동정, 자선, 상호부조 담론 위에서 빈민에 대한 관심과 겹쳐졌던 일제강점기와 달리, 당대의 신문팔이 소년에 대한 동정은 순수하게 기독교적 교리에 의한 것이었다는 점에서는 차이점이 있었던 것으로 보인다.

이와 같이 일부의 동정적인 시선과 달리, 신문팔이 소년에 대한 1950년대까지의 지배적인 시선은 신문배달원을 범죄사회에 속한 존재로 인식하고 있었다. 특히 5·16 군사정변 직전에 실린 다음의 『동아일보』의 기사는 1960년대 신문팔이 소년에 대한 국가적 개입의 출발점이 어디인지를 정확히 말해준다(윤상길, 2013, 158쪽).



우리는 거지 또는 ‘폴만이’, 기타 ‘담배팔이’, ‘신문팔이’ 등이 도둑질을 하고 쓰리를 하고 몇 멍석 떼를 지어 어수룩한 골목길에서 행인을 습격하는 등 그들의 범죄상을 목격하곤 한다. 특히 명동 입구에서 밤늦게 술이 만취하여 비틀거리며 나오다가는 우루루 몰려드는 ‘담배팔이’ 또는 ‘신문팔이’ 등한테 둘러싸이기 일쑤고, 안 산다고 그들을 쫓다보면 자기도 모르는 사이에 돈지갑이 없어지든가 시계가 도망가든가 하기 마련이다. 이들은 제1사회가 아

니라 ‘제2사회’에 속하는 족속들인 것이다. 즉, 제1사회에 비하여 제2사회는 그만큼 범죄사회라 볼 수 있다(제3의 사회(3)-악의 소굴, 제2사회, 『동아일보』, 1961. 2. 6.).

‘범죄사회라고 할 수 있는 제2사회에 속하는 족속들’이라는 표현이 은근히 속에 담고 있는 숨은 뜻은 ‘과감히 근절되어야 할 더러운 것’이라 할 것이다. 이는 박정희 정권이 만들고자 했던 ‘신문배달원 신화’가 작동하게 되는 신성함의 조건, 즉 ‘도둑질을 하고 쓰리를 하고 몇 명씩 떼를 지어 어수룩한 골목길에서 행인을 습격’하는 신문배달원의 행위가 불러일으키는 공포가 가지는 경외심의 조건이 1950년대를 거치면서 상황적으로 만들어졌음을 의미한다고 볼 수 있다.

### 3. 박정희 정권기 신문배달원 신화 창출의 사회적 맥락

1950년대까지의 ‘부랑아’ 이미지는 박정희 정권 시기에 들어 급격히 쇠퇴하고 점차 긍정적인 이미지로 변모되었다. 그렇지만 앞서 살펴본 것처럼 1950년대의 부랑아 이미지는 신문배달원 신화를 창출하는 데 필요한 공정, 즉 불순한 것을 통해 순수한 것을 만드는 데 훌륭한 출발점을 제공해 주었다. 신문배달원 신화의 창출에 적극적으로 나선 것이 박정희 정권이었다면, 1960년대 신문시장의 본격적인 판매경쟁은 신문배달원 신화창출의 정권적 의도가 사회적으로 실현되는 구조적 조건을 제공해 주었다. 여기서는 이 두 요인을 중심으로 박정희 정권기 신문배달원 신화창출에 개입된 사회적 맥락들을 살펴보고자 한다.

#### 1) 신문판매경쟁의 본격화 및 신문사의 보급관리

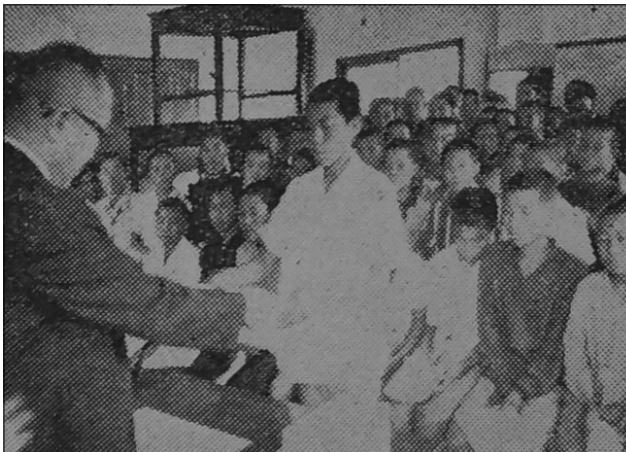
국내 신문 시장에 있어서의 본격적인 판매경쟁은 1960년대부터 시작되었다. 1954년 6월 9일 본격적 상업신문을 표방한 『한국일보』의 창간과 1965년 재벌기업의 막강한 자본력을 바탕으로 출발한 『중앙일보』의 창간 이후부터 신문사 간 판매경쟁은 본격화되었다. 이때부터 소위 ‘무가지’라는 것이 등장했고 신규독자 확보를 위해 ‘확장지’라는 명목으로 비구독 가정에까지 신문을 투입하거나 경품을 주는 상황이 벌어졌다(홍원

기, 1995, 40쪽). 당시 각사의 발행부수 중 무가지가 차지하는 비율은 10%선을 넘어서고 있었으며, 심한 경우에는 발행부수 22만에 무가지 5만부(약 30%)라는 놀라운 과열도를 보이기도 하였다(한국신문협회, 1968, 129쪽).

이에 따라, 1960년대 초 주요 신문들은 독자 확대를 위해 보급 관리에도 많은 신경을 쓰게 되었다. 『경향신문』은 1962년 4월 15일 자사 배달 소년으로 구성된 ‘경향직업소년단’의 발단식을 가졌으며(경향신문사, 1996, 768쪽), 『한국일보』는 1963년 4월 7일에 서울 시내 소년 배달원들을 초청하여 위안회를 개최했다(이정훈, 2011, 102~103쪽). 『중앙일보』는 창간 2주년 기념식 때 모범배달원을 시상하기도 하였다(釜山支社서도 기념식, 『社報 中央』, 1967년 10월호, 37쪽).

이러한 치열한 신문 판매경쟁의 양상은 자연스럽게 1960년대 중반 이후 가두판매시장의 중요성에 대한 인식변화로 이어졌다. 신문가판시장에 대한 신문업계의 인식이 높아진 것이었다. 1950년대에 주로 가판의 광고효과에 주목했다고 한다면, 신문 판매경쟁이 가속화된 1960년대

**그림 1.** 중앙일보 창간2주년 기념식 때의 모범배달원 표창 장면



출처: 『社報 中央』 1967년 10월호, 37쪽.

중반 이후엔 가두판매의 성패에 따라 신문 전체의 판매실적이 달라질 수 있다는 점, 즉 가판이 신문제작과 보급에 있어서 첨병과 같은 역할을 수행한다는 점에 주목했다. 1965년 9월 창간되었던 『중앙일보』이 창간과 함께 가판판매의 중요성을 바로 인식했던 것으로 알려져 있는데, 다음은 『중앙일보·동양방송 10년사』의 한 대목이다.

街販판매는 그것이 갖는 선전효과 때문에 신문사의 社勢度 측정의 척도가 될 뿐 아니라 가정배달에 미치는 영향도 큰 까닭에 가판조직을 공고히 하여 가판에 주력해야 한다는 것이 『중앙일보』 창간 당시부터의 일관된 판매방침이었다(중앙일보·동양방송 사사편찬위원회, 1975, 352쪽).

아울러 1960년대 도시화가 급속도로 진행됨에 따라 인구의 이동이 빈번하였던 사회구조의 변화로 인해 뉴스 전달자로서 가판판매원이 현대 도시생활자에게 매우 중요하다는 점도 주목되었다. 다음은 1968년 판 『한국신문연감』의 한 대목인데, 이러한 인식을 잘 보여주고 있다.

이들의 역할은 그들의 입장에서 볼 때는 단순한 가판 행상에 지나지 않으나, 신문제작자나 또 구독자의 입장에서 볼 때는 다른 상품을 취급하는 상인은 달리 특별한 뜻을 가지고 있다고 할 것이다. 그날 그날의 뉴스를 고정된 장소에서가 아니고 필요에 따라 수시로 어떤 장소에서나 신속히 접해야 하는 현대 도시생활자에게 있어서 뉴스의 전달자로서의 가판판매원의 역할은 매우 중요하다 하지 않을 수 없을 것이다… 각사가 날마다 신문제작에 기울이는 열성과 경쟁의 결과가 일차적으로 가두판매에서 평가되고 그 판매가에 따라 특정지의 그날그날의 인기도를 측정할 수 있음을 볼 때, 신문제작이나 보급에 있어 가판이 첨병적 역할을 담당하고 있다 해도 과언이 아닐 것이다 (한국신문협회, 1968, 130쪽).

이렇게 가판시장과 신문팔이 소년의 역할이 중요하다는 것을 각 신문사들이 인식하게 되자, 각 신문사에서는 특정한 사람으로 하여금 가



판 취급에 대한 모든 임무를 수행케 하였다. 1960~1970년대 서울시내의 가판 판매원들은 대략 1~2천여 명으로 추산되며, 이들을 대별하면 가두책임자(본사와의 계약자)나 중간가판자와 같이 생업으로서 일정한 직업으로 종사하는 사람과 단순히 일시적인 생계수단으로 불규칙적으로 종사하는 소판원들로 구분되었다. 가두책임자는 고정된 다수의 거래선으로 소판원을 거느리고 있는데, 그들 소판원 중에는 3~4명의 보조원을 갖고 있는 경우도 있었다. 이들은 일반적인 시장조직에 있어서의 도매상이나 소매상과 동일한 성격을 지니고 있었지만 가판에 있어서 그 조직은 일반적인 시장조직과는 달리 이해관계 외에 특별한 인간관계로서 연결되어 구성되고 조직되어 있다는 특징이 있었는데, 이는 판매원들이 일정한 점포를 갖고 있지 않은 반면에 일정한 구역을 집단적으로 권할(圈割)하고 있었기 때문에 나타난 특징이었다. 이 권할권은 거의 독점적이고 불가침적인 것으로 인식되었기 때문에 가두의 판매원으로서 원활한 행상을 계속적으로 수행하기 위해서는 우선 권할권을 가지고 있는 그 조직과 특별한 인간관계에 의한 유대를 갖지 않으면 안 되는 실정이었다. 하지만 가판에 종사하는 소판원들은 특정한 신문의 판매원으로 고정되어 있는 것이 아니었고, 항상 가판독자의 요청에 응할 수 있도록 각사의 신문을 일괄 취급하고 있었으며, 특정사와의 직접 관계없는 별도의 판매조직으로 구성되어 있기도 하였다(한국신문협회, 1968, 130쪽).

그러나 1960년대의 가판경쟁은 1970년대에 비해 그다지 심하지 않았던 것으로 보인다. 『중앙일보』의 경우, 가판부수에는 별다른 기록이 없어서 1960년대는 5천 부 내외를 유지했을 뿐이었기 때문이다. 이보다 1970년대에 접어들면서 보급소의 연간 목포부수 달성과 함께 부수 신장에 힘쓰게 되었고, 광고주 측에서 가판부수의 양을 광고 효과로 삼는 경향으로 나가게 되어 자연스럽게 다량 판매경쟁을 돌입하게 되었다. 이에 따라 연도별 평균치로 70년은 6천 3백부, 71년은 1만 부 단위를 처음으로 돌파하여 1만 6천 부, 72년은 2만 부 초과, 73년은 초창기 부수의 7배가 되는 3만 4천 부, 74년에 들어와서는 5만 부를 초과하기에 이르렀

다(중앙일보·동양방송 사사편찬위원회, 1975, 353쪽).

이렇게 1960년대 이후 언론의 기업화가 본격적으로 진행되어 갑에 따라 한국의 신문은 ‘팔리는 신문’이 아니라 ‘파는 신문’이 되었고(목사균, 1973, 28쪽), 이에 따른 신문사들의 신문 보급관리의 필요성에 대한 인식은 신문배달원에 대한 신문업계의 인식 변화로 이어졌다고 할 수 있다.

## 2) 1960년대 정부의 청소년선도정책과 한국BBS운동(자매결연운동) 등을 통한 규율관리

1960년대 신문배달원과 관련해 가장 주목할 만한 사실은 신문업계와 박정희 정부가 공통적으로 주로 청소년으로 구성된 신문배달원에 대한 규율관리의 필요성을 느끼고 있었다는 점이다. 앞서 살펴본 바대로 각 신문사는 타 신문사와의 판매경쟁을 수행하기 위해서 성실하고 근면한 신문배달원의 고용과 조직화에 관심을 가지게 되었던 것이고, 5·16 군사쿠데타 이후 집권한 박정희 정부는 군부의 이미지를 통치자의 이미지로 전환하기 위한 차원에서(조희연, 2005, 455쪽), 깡패 처벌 등과 같은 사회정화 시책의 일환으로서 깡패집단과 깊은 연관성을 지니는 ‘범죄의

그림 2. 세종로 거리 청소에 동원된 신문배달 소년의 모습



출처: 세종로 거리를 청소하는 신문팔이 소년들. 『동아일보』, 1964. 8. 26.

온상인 신문팔이 소년에 대한 선도(善導)에 관심을 가지게 되었던 것이다.

이에 따라, 박정희 정부의 사회정화 시책에 상응하여 사회질서를 어지럽히는 버스표 암매매상의 상당수가 거리의 신문팔이 소년에 의해 주도되고 있다는 언론보도가 이뤄지는가 하면(버스표 가두판매 단속할 수 없는가. 『동아일보』, 1962. 9. 10.), 정부 당국은 이 거리의 소년들에 대한 효과적인 선도책을 수립하기 위하여 1962년과 1963년에 연이어 가두직업소년에 대한 실태조사를 실시하기도 하였다(세파(世波)에 밀리며-가두직업소년의 실태. 『경향신문』, 1962. 10. 9.; 고삐없는 거리의 직업소년, 작년 소년범죄의 40% 차지. 『동아일보』, 1963. 3. 15.).

실태조사와 관련해 주목할 점은 이러한 이 가두직업소년 실태조사 결과를 근거로 하여 박정희 정부가 세운 직업소년 선도대책 중의 하나로 제시되었던 각종 사회단체와의 자매결연방안이 여러 사회단체의 호응 속에서 1963년부터 활발히 실현되기 시작하였다는 점이다. 1963년 1월 비행청소년의 갱생과 청소년애호선도운동으로 시작되었던 BBS운동은 1963년 5월 내무부 치안국에 의해 ‘의형제맺기(BBS)운동’으로 정식으로 발족되었고(사단법인 한국BBS중앙연맹, 1974, 78쪽; 사랑의 BBS운동. 『경향신문』, 1964. 7. 15.), 이에 따라 1963년 6월 술선수범의 의미로 내무부 장관과 내무부 간부들이 신문팔이 소년과 자매결연을 맺은 것을 시작으로, 서울 주요 대학 학생회를 비롯한 많은 사회단체가 이 운동에 동참하였다. 뿐만 아니라 정부의 사회정화 시책 선전을 위해 신문팔이 소년들은 세종로 거리 청소에 동원되기도 하였다. 급기야 1960년대 말에 이르면, 신문팔이 소년들의 모임인 ‘사랑의 집’은 4월 7일 ‘신문의 날’을 신문팔이 고아소년의 생일로 삼는 전시성 행사를 보이기도 하였다(윤상길, 2013, 164쪽).

이와 같이 정치권력에 의해 주도된 신문팔이 소년과 사회단체 간의 자매결연운동이 전 사회적으로 확산되는 분위기 속에서, 1960년대 중반 이후 각 신문사가 신문팔이 소년들의 합숙소를 운영했던 것은 정부 주도 운동에 대한 신문계의 동참이라는 측면과 가판시장경쟁 격화에 따른 독

자적 판매조직 구축의 필요성이라는 측면에서 매우 자연스러운 행보였다고 할 수 있다. 이는 다음의 인용문을 통해서 확인할 수 있다.

이들 소판원은 고학이나 또는 전업의 판매원으로 종사하는 경우는 일부분에 지나지 않고 대부분의 소판원들은 불우한 가정환경으로 일시 가출한 소년들과 또 지방에서 무작정 상경한 유랑소년들이다. 이들은 몇 백 원의 작은 자본으로 판매원으로서 종사하여 하루에 최소한 숙식비를 조달하고 있으며 불규칙한 생활을 한다. 때로 이들은 사회적으로 불량시 당하며 의무교육의 권외로 소외시 당하는 등 이들에 대한 문제는 어떤 면에서는 사회적인 청소년 선도문제의 주제가 될 수도 있는 것이다(한국신문협회, 1968, 130쪽).

이에 따라 1960년대 중반 각 신문사는 <표 1>과 같이 신문팔이 소년 합숙소를 개설, 일정한 규율을 정하여 자치적으로 운영케 함으로써, 독자적인 판매조직의 확보·강화와 국가정책에 대한 적극적 동조를 꾀할 수 있었다. 더구나 사회 각계의 구호단체로부터 이들의 숙식문제, 교육문제 등에 관해 수시로 지원을 얻는 부가적 혜택도 누릴 수 있었다(한국신문협회, 1968, 131쪽).

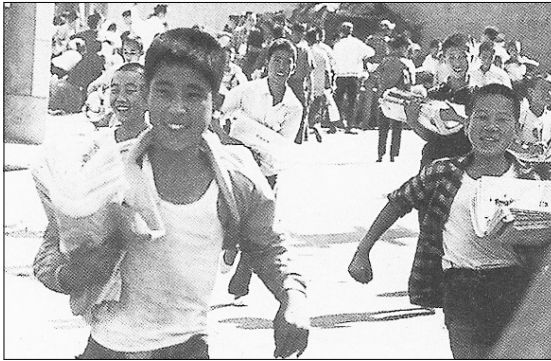
특히 <표 1>에서와 같이 『중앙일보』의 경우엔 창간과 함께 본사의 가판조직의 모체인 청운회를 만들었다. 청운회의 가판업무를 촉진하고 가판조직원의 복지향상과 가판조직을 단일화하는 방안으로 1965년 12월 15일 본사 사옥 옆에 가판원 합숙소를 마련했던 것이다. 이와 같은 지

**표 1.** 1960년대 중반 각 신문사의 신문배달원 합숙소 운영실태

합숙소 단체명	수용인원	관리 신문사	합숙소 단체명	수용인원	관리 신문사
개미회	25	동아	삼진회	66	한국
반들회	33	대한	朝鮮新會	28	조선
새길회	45	서울	靑雲會	86	중앙

출처: 한국신문협회, 1968, 131쪽

그림 3. 중앙일보 창간호를 배달하는 소년들



출처: 중앙일보 30년사 편찬위원회, 1995, 115쪽

원은 가판조직을 활발히 움직일 수 있도록 하고, 그 조직원의 이탈을 미리 막고 직계 中販員과 가판소년의 숙식을 해결하는 데 그 목적이 있었다(중앙일보·동양방송 사사편찬위원회, 1975, 352쪽). 주목할 점은 앞의 『한국신문연감』에서의 발견되는 표현과 마찬가지로, 청운회의 발족에 대해서도 1975년에 발행된 『중앙일보·동양방송 10년사』가 “불우한 가판판매소년들에게 자활 의욕과 능력을 키워 주고 사회생활에 적응할 수 있는 협동정신을 육성·함양하는 데”에 목적을 두고 있다고 명기하고 있다는 점이다. 이는 불우한 이미지를 가지고 있는 신문팔이 소년에 대한 선도(善導)를 내세웠던 정부의 사회정화 정책에 대해 언론계의 호응이 어느 정도 적극적이었는지를 단적으로 보여준다.

이렇게 국가의 정책에 의해 신문팔이 소년들이 비행청소년으로부터 모범적인 청소년으로 선도되어 사회정화의 표본으로 점차 인식됨에 따라, 1960년대 말부터 신문팔이 소년들에 대한 사회적 인식은 기존의 부정적 이미지에서 탈피하여 ‘역경 극복’의 긍정적 이미지로 전환되기 시작하였다. 다음의 신문기사에서 볼 수 있는 신문배달원에 대한 인식은 불과 10년 전의 인식(2장 맨 마지막의 인용구)과 비교해 보면 정말 극적인 변화라고 해도 과언이 아닐 정도로 매우 큰 차이를 느낄 수 있다.

그림 4. 배달소년 입상(立像)



출처: 중앙일보·동양방송사사편찬위원회, 1985

이른바 핵가족 제도에로의 진전이라느니 또는 부부중심의 가정이라느니 하는 따위의 알팍한 풍조가 그나마도 소화되지 못한채 받아들여지는 뿌리없는 가정에서 비행청소년들은 속출하고 있다… 이러한 가정의 자녀들에 비하면 불우한 환경에서 역경을 이기고 씩씩히 자라나는 청소년들은 그 얼마나 대견스럽고 어른들도 머리가 스스로 수그러지는 일이겠는가. 올해 용산고등학교를 수석으로 졸업하는 이병기 군은 고아로서 신문팔이와 구두닦이 노릇을 하면서 아무 구김살없이 오로지 의지와 노력 하나로 자기인생을 개척하고 건설해 나가고 있다(부모의 책임이 크다. 『경향신문』, 1970. 1. 15.).

‘신문팔이와 구두닦이 노릇을 하면서 아무 구김살 없이 오로지 의

지와 노력 하나로 자기인생을 개척하고 건설'해 가는, '불우한 환경에서 역경을 이기고 씩씩히 자라나는 청소년들의 이야기'는 '최선을 다해 노력을 한다면 누구에게나 임신출세의 길이 열려 있다'는 임신출세주의 신화를 지탱하는 상징적인 인물이 되었다. 한 언론사 사옥 앞 동상이 신문 배달 소년의 모습을 하고 있다는 점은 이를 잘 대변해 준다.

이렇듯 1960년대 초 박정희 정부가 직업소년 선도정책의 주인공으로 신문배달 소년을 내세웠던 것에는 1950년대 신문배달원에게 부착되었던 불순한 이미지가 박정희 정권의 군부 이미지 쇄신의 필요성, 기존 사회의 무질서함과 불순함을 깨끗이 걸러내는 정화(淨化)시책에 적합했던 것에서 비롯된 것이었지만, 이에 대한 아이디어를 제공했던 선례가 있었던 것도 큰 배경을 이루고 있었다.

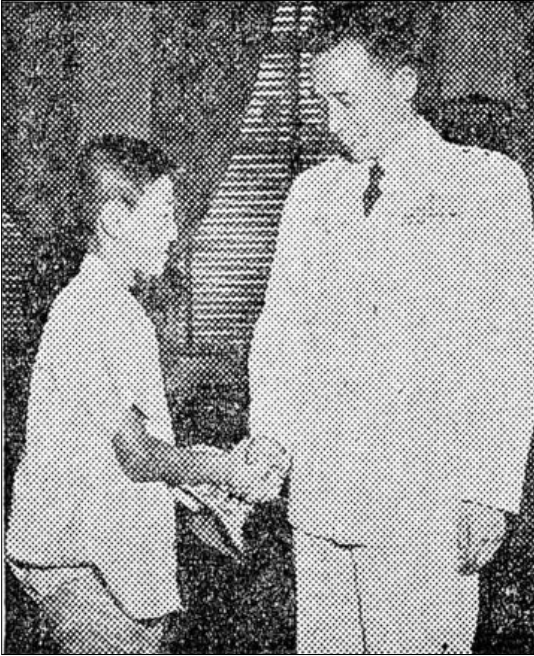
우선 표면적으로는 1959년 『한국일보』와 『서울신문』이 독자 확대를 위한 보급관리 차원에서 시행했던 조치들이 선례로 작용했을 것으로 보인다. 『서울신문』은 1959년 1월 13일에 모범 배달원 6명을 선발하여 표창하였는가 하면(서울신문사, 2004, 699쪽), 『한국일보』도 7월 17일에 '소년 배달원의 노래'를 선정해서 발표하고 같은 달 17일에 소년 배달원 위안의 밤을 개최하기도 하였다. 그러나 이러한 조치들이 순수하게 신문업계의 보급관리 차원에서 취해진 조치였을 뿐이어서 사회적인 파급효과는 그리 크지 않았던 것으로 보인다. 이런 측면에서 볼 때, 미국식의 모범 신문배달원, 속칭 '리틀 타이거'(星條紙<sup>8</sup> 판매배달원)의 존재는 신문배달원의 정치적 활용에 직접적인 선례를 제공했던 것으로 보인다.

1959년 10월 한미 재단의 후원으로 리틀타이거 콘테스트가 개최된

---

8 성조지(星條紙, Stars & Stripes)는 1861년 미국 남북전쟁기간동안 연방 군인들에 의해 발간된 군대신문으로, 이후 제1차 세계대전 기간 이후 해외 원정군에게 보급되었다. 제1차 세계대전 직후 폐간되었다가 폐간된 지 24년 후인 1942년 4월 18일에 다시 발간되었고 제2차 세계대전 기간 동안 동맹국이었던 영국의 런던 인쇄소에서 발간되었다. 성조지의 자세한 발전과정에 대해선, 장형준(2009). 한·미 군사신문 비교연구: 국방일보와 성조지 비교를 중심으로. 고려대학교 언론대학원 석사학위논문 참고바람.

그림 5. 1961년 '리틀타이거'의 박정희 의장 예방장면



출처: 朴議長을 禮訪『星條紙』選出한 리틀타이거 朴君, 『동아일보』, 1961.7.21.

이후 성조지와 리틀타이거는 한국인들에게 낯익은 존재였다. 1950년대 말 미국 국방성이 유럽판과 태평양판으로 나누어 발행했던 군대신문이었던 성조지(星條紙, Stars & Stripes)를 주한미군 등을 상대로 팔거나 배달하는 소년들을 일컫는 애칭이 리틀 타이거였다. 최고 판매기록을 올린 신문판매원에게 한미재단에서 대학을 졸업할 때까지의 장학금을 현상금으로 내준 이 신문의 콘테스트는 주한미국들과 리틀 타이거들이 합세해 큰 열기를 띠었다(서울 새 풍속도(172): 外國人村 22, 『경향신문』, 1971. 6. 7.).

1959년 11월 처음으로 선정된 리틀 타이거 2명을 이승만 대통령이 직접 만나고(두 新聞配達少年 즐거운 美國旅行, 『동아일보』, 1959. 11.



15.), 또 이들에게 부상으로 미국여행권이 주어졌기 때문에 이승만 대통령이 친서를 이들의 미국행 편에 전달하려고 할 만큼, 리틀 타이거는 한미 간의 우호관계를 상징하는 것이었다. 매년 선정되었던 최우수 리틀 타이거는 1961년 5·16 군사정변 이후 국가재건최고회의 의장으로 취임했던 박정희를 예방하였다(朴議長을 禮訪 『星條紙』 選出한 리틀타이거 朴君, 『동아일보』, 1961. 7. 21.).

이렇듯 과거 이승만 정권 시절부터 리틀 타이거가 미국 대통령까지 만나게 된다는 점에 착안되어 이들이 한미 친선 외교의 채널로 활용되었다는 점은 박정희 정권 시기에도 그대로 받아들여졌다. 이에 따라 박정희 정권도 모범적인 신문배달원의 이미지가 가진 정치적 효과를 충분히 활용하려고 했었을 것으로 짐작할 수 있다.

#### 4. 1980년대 이후 신문배달원 신화의 확산과 죽음

1960년대 말부터 신문팔이 소년들에 대한 사회적 인식이 기존의 부정적 이미지에서 탈피하여 ‘역경 극복’의 긍정적 이미지로 전환된 이후, 1970년대에는 신문배달원에 대한 긍정적 이미지는 급격히 사회로 확산되어 나아갔다. 따라서 미국 신문팔이 출신의 입지전적 인물에 대한 성공신화가 빈번히 신문지상에 소개되었는데, 가령 1971년 미국 방송계 인물인 사노프가 죽었을 때 그의 신문팔이 소년에서 출발한 성공신화가 보도되는가 하면(美放送街의 神話, 사노프의 죽음, 『동아일보』, 1971. 12. 15.; 新任 駐 유엔 美대사 모이니언, 『경향신문』, 1975. 5. 22.), 1975년에는 유엔주재 신임 미국대사의 신문팔이소년 성공신화가 보도되기도 하였다.

뿐만 아니라 신문팔이 소년의 선행 이야기는 영상물로 제작되어 많은 이들이 접하게 되었다. 가령, 1979년 정부의 저축중앙위원회는 〈아빠의 회전목마〉라는 홍보영화를 제작하였는데, 이 영화는 실화를 영상화한 다큐멘터리로서 가정형편이 어렵게 된 13세 소녀가 신문팔 등을

표 2. 1980년 신문배달원의 연령계층별 구성비

(괄호는 %)

지역		서울	지방	합계
보급소 수		1,001개	6,162개	7,163
전업	18세 이상	1,957(2.67)	3,579(4.89)	5,536(7.56)
	18세 이하	551(0.75)	1,605(2.19)	2,156(2.94)
부업 (아르바이트)	학생 이외	1,546(2.11)	4,017(5.50)	5,563(7.61)
	대학생	241(0.32)	321(0.44)	562(0.76)
	고교생	5,406(7.38)	9,328(12.73)	14,734(20.11)
	중학생	10,739(14.61)	20,491(27.95)	31,230(42.61)
	초등생	1,980(2.70)	11,509(15.71)	13,489(18.41)
계		22,420(30.59)	50,850(69.41)	73,270(100)
여자		399(0.54)	2,880(3.94)	3,279(4.48)

출처: 윤임술, 1981, 92쪽

하며 저축을 해 병든 아버지를 도와 절망에 찌든 가정을 다시 세운다는 내용의 영화였다고 한다(저축영화 〈아빠의 回轉木馬〉 제작. 『매일경제』, 1979. 9. 4.). 또한 1980년대에 들면 병석에 누워 있는 남편을 위해 신문 팔이를 하는 아내의 모습을 그린 드라마가 방영된다거나(TBC 〈부부〉, 병석 남편 위해 신문팔이. 『경향신문』, 1980. 1. 8.), 혹은 친구에게 신문팔이 하는 장면을 들킨 초등학생이 당당히 자신의 행위를 시인한다는 내용의 청소년 드라마가 방영되기도 하였다(호랑이선생님. 『동아일보』, 1982. 6. 4.).

이와 같이 1970년대를 경유하면서 미국의 성공신화를 소개되고 신문배달원에 대한 긍정적 이미지가 영상매체로 표현되는 단계를 거쳐, 1980년대에 들면 신문배달원의 긍정적인 이미지는 (앞서 서론에서 언급한 바와 같이) 모 재벌총수의 성공신화로 대중화되었다. 그 결과로서, 1980년대까지 신문 배달인력은 초등학생부터 고등학생에 이르기까지 ‘일하며 공부하려는 성실한 아르바이트 학생’들이 대부분이었다. 그래서

신문 배달 인력확보는 문제의 대상이 되지 않았다(홍원기, 1995, 140쪽). <표 2>는 1980년에 우리나라에서 최초로 시도한 신문배달원 조사 결과인데, 중학생 아르바이트 신문배달원이 약 40% 이상으로 신문배달원의 주축을 이루었고 고등학생 이하 신문배달원이 전체의 약 80% 이상을 차지하고 있었다.

그러나 1990년대 신문카르텔이 해체됨에 따라 많은 신문들이 등장하였고, 이에 따라 신문 배달 인력 문제는 날이 갈수록 심각해져 갔다. 신문의 자율경쟁시대를 맞아 제일 먼저 부딪친 문제가 바로 배달 인력난이었다. 따라서 1990년대 들어 각 일간 신문은 매일같이 침식 제공, 당일 취업, 하루 2시간 15만 원 이상 대우 등 갖가지 조건을 내세운 배달사원 모집광고들을 안내 광고란에 실기까지 하였다(홍원기, 1995, 139~140쪽).

근본적인 이유는 수요와 공급이 맞지 않는 데서 기인했다. 이미 자율경쟁 체제를 맞아 새 신문이 줄지어 창간되고 각 신문의 치열한 증면경쟁 등으로 배달 물량이 부쩍 늘어난 반면 배달인력이 수요를 따라가지 못하는 데서 나타난 현상이었다. 특히 열악한 노동여건이 크게 작용했다. 신문사 경영기획실장을 역임했던 한 인사의 증언에 의하면, “1990년대 이후 저임금에 고된 노동을 해야 하는 신문배달을 기피하고 있어서 대다수의 신문지국에서 신문배달원 확보가 어려웠고, 1997년 외환위기 이후 잠시 신문배달원 확보가 수월했던 예외적인 기간이 있지만 2000년대 이후 다시 신문배달원 확보가 어려운 상황”이 되었다(심영섭, 2010, 97쪽).

그렇지만 무엇보다 신문배달 인력난을 야기했던 것은 학생 신문배달에 대한 사회적 인식의 변화에 있었다. 1980년 제5공화국 출범과 함께 발표되었던 7·30교육개혁조치로 인해 대학입학정원이 증원되어(교육신문사, 2003, 474~475쪽) 국가고사 응시자 수가 1971년 14만 명이 1987년 73만 명으로 증대되었고(김인회, 1998, 181쪽), 경제 수준의 향상과 기대하는 가정당 자녀 수가 1985년 이후 2명 이하로 됨에 따라(조대희, 1990, 106쪽) 학부모들은 자녀교육에 한층 더 열중하게 되었

으며 사회 환경 및 의식변화에 따라 학생들은 신문배달에게서 매력을 느낄 수 없게 되었다. 요약하자면, ‘일하며 공부하는 성실한 학생’이라는 긍정적 사회인식이 ‘공부만 해야 하는 학생’을 원하는 사회 분위기로 바뀌었던 것이다. 그래서 일부 학생은 신문 배달하는 것을 자랑스럽게 여기기는커녕 오히려 창피하게 생각하게 되었다(홍원기, 1995, 140~141쪽). 이에 따라, 1990년대 조석간 여부 혹은 지역에 따라 차이가 있지만 대체적으로 학생 배달이 20%미만으로 떨어졌고, 2005년 신문유통원 설립 이후 공동배달제에 종사하는 신문배달원의 대다수를 주부를 비롯한 성인이 차지하게 되었다. 이에 따라 더 이상 ‘신문배달원이 곧 고학생’이라는 인식은 남아 있지 않게 되었다(심영섭, 2010, 93쪽).

이렇듯 신문의 산업화를 배경으로 정권의 정치적 의도가 직접적으로 개입되어 창출·확산되었던 ‘신문배달원 신화’는 1990년대 중반 이후 급격히 약화되는 상황에 이르게 되었다. 이를 추동한 것이 직접적으로는 학생 신문배달에 대한 사회적 인식의 변화이지만, 이러한 인식의 변화를 야기한 주요 원인은 IMF시대 이후 무한성장시대의 신화가 깨지면서 입신출세의 가능성이 매우 희박하거나 거의 불가능한 것으로 받아들여지는 사회변화와 무관치 않다.

## 5. 결론

본 연구는 1980년대 전후 한국 사회에서 대중화되었던 신문배달원 신화가 어떠한 불순한 것들을 통해 그 신성함을 획득하였던 것인가라는 의문으로부터 출발하여, 박정희 정권 시기를 중심으로 어떠한 사회적 맥락 속에서 신문배달원에 대한 사회적 인식이 변화하였고, 이러한 변화과정에 개입했던 요인이 무엇인지를 밝히는 데 그 목적이 있었다.

분명 신문배달원의 성공신화나 ‘고학생’과 같은 긍정적 이미지는 부분적으로 일제강점기부터 존재했지만, 식민지적 조건 속에서 당시 신문배달원에 대한 사회적 인식은 지식인들과 일반대중 간에 큰 간극이 존

재했고, 또 그에 따라 둘 간의 결합관계도 느슨하였다. 그런 점에서 볼 때, 한국 신문배달원 신화의 원형은 한국전쟁 직후 양산된 고아 신문배달원에 부착되었던 부랑아 이미지에 있었다고 할 수 있다.

박정희 정권 시기에 들어 1950년대까지의 ‘부랑아’ 이미지가 급격히 쇠퇴하여 점차 긍정적인 이미지로 변모되었던 데에는 군부정권의 정치적 의도와 1960년대 신문시장의 본격적인 판매경쟁이 크게 작용하였다. 신문배달원 신화를 창출에 적극적으로 나선 것이 박정희 정권이었던다면, 1960년대 신문시장의 본격적인 판매경쟁은 신문배달원 신화창출의 정권적 의도가 사회적으로 실현되는 구조적 조건을 제공해 주었다. 즉, 1960년대 신문배달원의 신화화 과정은 신문업계와 박정희 정부가 공통적으로 주로 청소년으로 구성된 신문배달원에 대한 규율관리의 필요성을 느꼈던 것에서 비롯되었던 것이다. 그 결과, 국가의 정책에 의해 신문팔이 소년들이 비행청소년으로부터 모범적인 청소년으로 선도되어 사회정화의 표본으로 점차 인식됨에 따라, 1960년대 말부터 신문팔이 소년들에 대한 사회적 인식은 기존의 부정적 이미지에서 탈피하여 ‘역경극복’의 긍정적 이미지로 전환되기에 이르렀으며, 1970년대 긍정적 이미지의 확산과정을 거쳐 1980년대 모 재벌총수의 성공신화로 대중화되었다.

그러나, IMF시대 이후 무한성장시대의 신화가 깨지면서 입신출세의 가능성이 매우 희박하거나 거의 불가능한 것으로 받아들여지는 사회 변화 속에서 신문배달원에 대한 사회적 인식의 변화가 일어남에 따라, 더 이상 ‘일하며 공부하는 성실한 학생’이라는 긍정적 사회인식보다는 ‘공부만 해야 하는 학생’을 원하는 사회 분위기가 만들어지면서 신문배달원 신화는 2000년대에 이르러 거의 사라지게 되었다.

이렇듯 한국 신문배달원 신화의 성쇠과정은 한국 사회 내 신문 권위의 문제와도 큰 연관성을 가졌던 것이 사실이다. 1960년대 신문의 기업화 이후 증대되어 왔던 신문의 권위를 배경으로 창출되었던 신문배달원 신화가 현재 사회의 디지털화로 가속화된 신문의 위기와 함께 급격히 해체되고 있는 것이다. 이런 측면에서 보면, 박정희 정권기에 창출되었

던 신문배달원 신화는 한국 신문의 구조적 특성이 형성되는 과정에서 권 위주의 정권과 신문기업의 공모에 의해 창출된 신문권위의 정당화 기제 였다고 할 수 있다. 그렇다면 변화된 사회환경 속에서 이전시대에 비해 감소된 신문의 권위를 되살리려는 방안이 모색되어야 할 시점에서, 우리는 사회 구성원들에게 어떤 정당화의 논거를 제시해야 할 것인가? 점차 형해화되고 있는 입신출세주의의 인식틀 속에 갇힌 채 NIE(Newspaper in Education)처럼 논술교육으로서의 가치를 강조하는 방식으로 이것이 가능할 것인가? 아니면 신문의 가치에 대한 새로운 인식지평을 개척 해야 하는 것인가? 1960년대 한국 신문배달원 신화창출과정을 살펴보는 것은 이와 같은 질문들에 적절한 대답을 내기기 위한 근본적 성찰을 하는 데 중요한 의미를 지니고 있다.

## 참고문헌

- 김용옥 (1996). 한국 신문배달제도의 개선방안에 관한 연구: 지방신문을 중심으로. 광주대학교 언론대학원 석사학위 논문.
- 김영옥 (2004). 『신문판매시장 정상화를 위한 공동배달제도』. 서울: 한국언론재단.
- 김인회 (1998). 『한국교육의 역사와 문제』. 서울: 문음사.
- 목사균 (1973). 신문의 판매정책과 당면과제: 파는 신문시대의 공존을 위한 제안. 『신문평론』, 1973년 7월호.
- 사단법인 한국BBS중앙연맹 (1974). 『한국BBS운동 십년사』. 서울: 사단법인 한국BBS중앙연맹.
- 소영현 (2008a). 『부랑청년 전성시대』. 서울: 푸른역사.
- 소영현 (2008b). 『문학청년의 탄생』. 서울: 푸른역사.
- 심영섭 (2010). 신문배달원의 노동조건과 복지에 대한 연구. 『언론과 사회』18-4호.
- 안태신 · 홍우백 (1959). 신문경영의 실제. 학원사 편집국(1959). 『현대신문전서』. 서울: 학원사.
- 윤상길 (2013). 우편배달에서 모바일 뉴스서비스까지: 한국 신문 유통의 사회문화사. 박용규 · 김영희 · 윤상길 외(2013). 『한국 신문의 사회문화사』. 서울: 한국언론진흥재단.
- 윤임술 (1981). 『신문과 언론인의식』. 서울: 한국신문연구소.
- 이강엽 (2004). 『신화』. 서울: 연세대학교 출판부.
- 이성근 (1989). 신문판매 마케팅 전략과 조직에 관한 연구. 연세대학교 행정대학원 석사학위 논문.
- 이은주 (2007). 신문판매시장 경쟁의 경제에 관한 고찰: 경쟁의 지속원리와 딜레마. 『한국언론정보학보』37호.
- 이정훈 (2011). 한국 언론의 압축적 상업화: 1960년대 한국 언론의 상업화 과정에 대한 역사적 연구. 서강대학교 신문방송학과 박사학위논문.
- 임영호 (2000). 『신문원론』. 서울: 연암사.
- 장영수 (1988). 신문판매에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 중앙대학교 신문방

송대학원 석사학위 논문.

- 장중원 (2006). 『신문판매의 미래』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 장형준 (2009). 한·미 군사신문 비교연구: 국방일보와 성조지 비교를 중심으로.  
고려대학교 언론대학원 석사학위논문.
- 정연구·문철수·송윤숙 (1996). 『신문 공동판매제도 연구: 실현방안을 중심으로』. 서울: 한국언론연구원.
- 정영환·이문희·이경민 (2005). 『한국적 신문 공동배달 모델 연구』. 서울: 한국언론재단.
- 조대희 (1990). 우리나라 부인의 이상자녀수 변동. 한국보건사회연구원 편  
(1990). 『우리나라 인구변동의 분석』. 서울: 한국보건사회연구원.
- 조희연 (2005). 박정희 시대의 강압과 동의. 임지현·김용우 편(2005). 『대중독재 2: 정치종교와 헤게모니』. 서울: 책세상.
- 중앙일보 30년사 편찬위원회 (1995). 『중앙일보 30년사』. 서울: 중앙일보사.
- 중앙일보·동양방송사사편찬위원회 (1985). 『중앙일보 20년사』. 서울: 중앙일보사.
- 중앙일보·동양방송사사편찬위원회 (1975). 『중앙일보 10년사』. 서울: 중앙일보사.
- 한국신문협회 (1968). 『한국신문연감1968』. 서울: 한국신문연감.
- 홍원기 (1995). 『신문판매, 무엇이 문제인가』. 서울: 창강.
- 柄谷行人 (1997). 박유하 역. 『일본근대문학의 기원』. 서울: 민음사.
- 『경향신문』, 『동아일보』, 『社報 中央』.
- 경향신문사 (1996). 『경향신문오십년사』. 서울: 경향신문사.
- 교육신문사 (2003). 『한국 교육 100년사』. 서울: 교육신문사.

- Durkheim. E. (1912). *Les Formes élémentaires de la vie religieuse*.  
노치순·민혜숙 역(1992). 『종교생활의 원초적 형태』. 서울: 민음사.
- Freitag (1987). What's New in Newspaper Delivery. *New York Times*. Mar. 22, 1987.
- Linda, M. (1990). From Street Urchins to Little Merchants: The Juridical Transvaluation of child newspaper carriers. *63 Temple Law Review*.



Malinowski, B. (1926). *Myth in primitive psychology*. 서영대 역(1996).

『원시신화론』. 서울: 민속원.

Postol, T. A. (1995). America's press-radio rivalry: Circulation managers and newspaper boys during the depression. *Studies in Newspaper and Periodical History*, 3(1-2).

Postol, T. A. (1997). Creating the American newspaper boy: Middle-class route Service and Juvenile Salemanship in the Great Depression. *Journal of Social History*, 31(2).

## Abstract

# A Study on Social Context of Paperboy Mythopoeia in the Park Chung-Hee Regime

**Sangkil YOON**

Assistant Professor, Department of Mass Communication, Shinhan University

This paper aims to explore social context of paperboy mythopoeia in the Park Chung-Hee regime, starting from the perception that ‘paperboy myth’ popularized in 1980’s get some divineness from some impure elements.

Paperboy myth in the Park Chung-Hee regime was based on the cult of success and ‘self-supporting student’ myth in modern Korea, and was invented by change of paperboy’s social perception after 1945. ‘Urchin’ image attached to orphan paperboys who were growing tremendously after Korean War was starting point of paperboy mythopoeia in 1960’s. Particularly, paperboy myth in the Park Chung-Hee regime was related closely with social context that both newspapers who were in corporatization phase and the Park Chung-Hee regime which worked for social purification felt the necessity of disciplined paperboy. But paperboy myth was in evaporation phase after IMF.

**KEYWORDS** paperboy • mythopoeia • the cult of success • self-supporting student, urchin